# PR arculattervezés
# Házi dolgozat

# Arculatelemzés

Varga Felícián
WVG883

# Az Auchan áruházlánc [illegible] elemzése

# MIRŐL LESZ SZÓ AZ ELŐADÁSBAN?

- Az Auchan áruházlánc bemutatása
- Az áruházlánc története
- Az áruházlánc terjeszkedése
- Üzletpolitika
- Makrokörnyezet
- Mikrokörnyezet
- Az áruház arculata
- Következtetések, javas

# Az Auchan áruházlánc bemutatása

# Az áruházlánc története

- 1961-ben Gérard Mulliez a franciaországi Roubaix-ban, megalapította az első áruházat.
- 1967-ben megnyitotta az első Auchan hipermarketet Roncq-ban.
- 1969-ben létrehozta az első kereskedelmi központot a Lille melletti Englos-ban.
- 1976-ban megalapította az Immochan-t, a csoport ingatlanokkal foglalkozó üzletágát.
- 1977-ben Franciaországban munkavállalói részvényesi programot indított.
- 1983-ban megalapították a Banque Accord-ot.
- 1998-ban Magyarországon megnyitják az első szupermarketet.

# Az áruházlánc terjeszkedése

- 2000-ben Franciaországban Auchandrive néven online rendelő és autós kiszolgáló rendszert indított.
- 2001-ben Auchandirect néven elindította az online kereskedelmet.
- 2003-ban Franciaországban megjelent az Accord Bank Visa kártyája.
- 2004-ben A Banque Accord megkezdte tevékenységét Magyarországon.
- 2006-ban a francia Auchan - Auchan Tele néven- a mobilszolgáltatók sorába lépett.
- 2010-ben az Auchan csoport elindította az e-kereskedelmet.

# Auchan Magyarország Kft.

- 1996 óta van jelen Magyarországon.
- 1998-ban megnyitotta budaörsi áruházát
- 2000-ben megnyitotta soroksári áruházát.
- 2009-ben 12 bevásárlóközponttal rendelkezett
- 2012-ben felvásárolta a hét magyarországi Cora áruházat
- Jelenleg 19 áruházat és 18 üzemanyagkutat üzemeltet 7000 dolgozóval.
- 40-70 ezer féle terméket forgalmaznak
- 5000 sajátmárkás termékük van, melyből 1600 az élelmiszer

# Üzletpolitika 1.

**Az üzleti ötlet:** Olyan hiper és szupermarketek létesítése, amelyekben a ,,Mindent egy fedél alatt” elv alapján egyesül az önkiszolgáló és a diszkontfunkció. Széles választék, kedvező ár, minőségi termékek.

**Célközönség:** Az áruházak vonzáskörzetében található települések lakossága.

**Termékpolitika:** Széles körű jó minőségű termékválaszték. Sajátmárkás termékek. Vásárlói igényeknek való megfelelés.

**Árpolitika:** Kedvező árak, versenyképes ár-értékarány. Széleskörű termékválaszték.

**Környezetpolitika:** Energiatakarékoság, károsanyagkibocsátás csökkentése.

# Üzletpolitika 2.

**Cégfilozófia:** Megfelelés a vásárlók igényeinek, korrekt partnerségen alapuló munkakapcsolat a beszállítókkal, az alkalmazottak segítése a fejlődésben, hatékonyságban, a dolgozók részesedése az áruházlánc sikereiből.

**Misszió:** Jobbá tenni az emberek életminőségét, kiszolgálni a vásárlók igényeit.

**Vízió:** A vásárlók fejlődő igényeit figyelembe véve a legnagyobbá válni.

**Értékek:**

- A bizalom: A vásárlók, a munkatársak, és a vállalat iránt.
- A megosztás: Tudás, hatalom, vagyon megosztása a dolgozókkal.
- A vállalat fejlődése: A munkatársak fejlődési szándéka

**Alapelvek:** egyszerűség, közvetlenség, gazdaságosság, lendületesség, modernitás

# A piaci környezet (makrokörnyezet)

- **Konkurencia**: Metro, Tesco

PEST elemzés

- **Politikai, jogi, természeti tényezők:** Stabil politikai és jogi rendszer, Eu-s és nemzetközi tagság. Kedvező természeti viszonyok.
- **Gazdasági tényezők:** Alacsony GDP, Alacsony kamatlábak munkanélküliségi és inflációs ráták.
- **Társadalmi kulturális tényezők:** fogyasztók vásárlási szokásai beszállítók viselkedése demográfiai adatok
- **Technológiai tényezők:** kereskedelemtechnikai és technológiai fejlődés követése.

# A piaci környezet (mikrokörnyezet)

**Swot analízis:**

**Erősségek:** Jó elhelyezkedés, széles választék, jó minőségű, kedvező árú termékek. Hatékony ügyfélszolgálat, felkészült, elhívatott dolgozók. Budapesten házhozszállítás.

**Gyengeségek:** Házhozszállítás csak a főváros kerületeiben, egyenlőtlen területi lefedettség.

**Lehetőségek:** A konkurencia vásárlóinak átpártolása, a vásárlóerő növekedése, e-kereskedelem, a házhozszállítás kiterjesztése.

**Fenyegetések:** A konkurencia megerősödése, új versenytársak megjelenése (Wallmark).

# Az áruházlánc arculata 1.

**Szlogen:** régi: ,,Nálunk az árak a Földön járnak” a vásárlók széles körét célozza, számít a kisebb pénzű vásárlókra is.
Új: ,,Nagy választék kalandból” a vásárlók kalandvágyára épít, a vásárlást kalandként fogja fel.

**Logó:** a vörösbegy, mert rokonszenves és emberközeli, mint az Auchan.

**Színvilág:** domináns színe a piros, bizalmat kelt és optimizmust sugároz.

# Az áruázlánc arculata 2.

**Az áruházak külső képe**: Nagyságot, erőt, egyszerűséget és megbízhatóságot sugároz.

**Az áruházak belső képe**: Az eladótér berendezése egyszerű, modern, áttekinthető. Professzionalitást és alacsony árakat jelképez, domináns a vállalat piros színe.

**Az áruházlánc dolgozói**: jól képzett, elhívatott, felelősségteljes szakemberek. Formaruhájuk piros, munkavégzésüket etikai kódex szabályozza.

# Az áruázlánc arculata 3

Marketingtevékenység:

- 1 hetes, nagyszabású akciók szervezése.
- Hetenként megjelenő országos akciós újság kiadása.
- Országos kuponfüzet kibocsátása.
- Az áruházi kiemelt megjelenítés: Az árukat a bejáratnál, a gondolák végein, a kasszasororon helyezik el.
- Kóstoltatási akciók: hostessek bevonásával.
- Reklámfilmek vetítése az eladótérben.
- Eladásösztönző dekorációk, a biztonsági kapukon, a mennyezeten és a padozaton.
- Statikus, vagy dinamikus képi megjelenítés a kútoszlopokon.
- Hirdetések televízióban, rádióban, interneten, óriásplakátokon.
- Auchan bizalomkártya.

# Az áruházlánc arculata 4.

Vevőszolgálat: kompetens, jól képzett, empatikus szakemberek, magas színtű munkavégzés

Cél: a megelégedett vásárlók, ezért kikérik és meghallgatják észrevételeiket, véleményüket, elemzik szükségleteiket, alkalmazkodnak elvárásaikhoz. A vásárlói reklamációkat a legképzettebb dolgozók kezelik gyorsan, empatikusan és magas színvonalon.

# Az áruházlánc arculata 5.

**Az áruházlánc honlapja**: profi módon elkészített, jól szerkesztett, színösszeállítása kellemes, betűkészlete jól olvasható, kezelése egyszerű, elrendezése követi a figyelem irányát „F” alakzat.

**Egyéb arculati elemek:** A vállalat járművei a cég emblémáját, nevét, színét viselik. A céges borítékokon, levélpapírokon, névjegyeken, és a dolgozók ruháin szintén a cég emblémája és színe szerepel.

# Az áruházlánc arculata 6.

**Belső kommunikáció:** Vállalati érték a megosztás, a tudás megosztása képzéssel és tájékoztatással

**Társadalmi felelősségvállalás:**

- 2015-ben harmadjára nyerte el a fogyatékosság-barát munkahely címet. Fogyatékos dolgozóik aránya több mint 5%. Az Auchan támogatja a helyi közösségeket, partnere az SOS Gyermekfalvaknak, a Magyar Élelmiszerbank Egyesületnek és a Vöröskeresztnek is. Támogatja a Nagy vagy című televíziós vetélkedőt.

# Következtetések, Javaslatok

**Következtetések**

- Dinamikusan fejlődő, sikerorientált.
- Meghatározó szerep az ország társadalmi életében.
- Bizalomra épülő partnerkapcsolat.
- Folyamatos fejlesztés.
- Az emberek jólétének szolgálata.

**Javaslatok**

- Területi lefedettségek növelése új áruházak nyitásával.
- A házhozszállítás országos kiterjesztése.
- E- kereskedelem és ügyintézés kiterje

KÖSZÖNÖM

A

MEGTISZTE

LŐ

FIGYELMET!